

UANL



FCFM



ANÁLISIS VENTAS DE VERANO EN WISH

INTRODUCCIÓN

Wish es una compañía de comercio en línea, donde los fabricantes y negocios pequeños pueden vender bienes directamente a los consumidores a precios relativamente bajos. Esta empresa fue beneficiada por la pandemia, debido a que muchos usuarios empezaron a comprar más en línea a causa de las restricciones sanitarias. Este análisis beneficia a los vendedores para conocer las necesidades y preferencias que tienen los clientes. Nuestra hipótesis es que el rating de un producto afecta sus ventas.



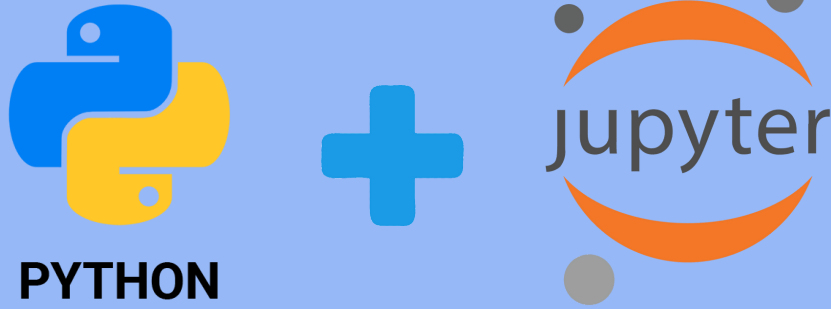
OBJETIVO

Predecir el éxito de ventas que tiene un producto en wish.

OBJETIVO SECUNDARIO

Comparar el precio del producto dentro y fuera de la página.

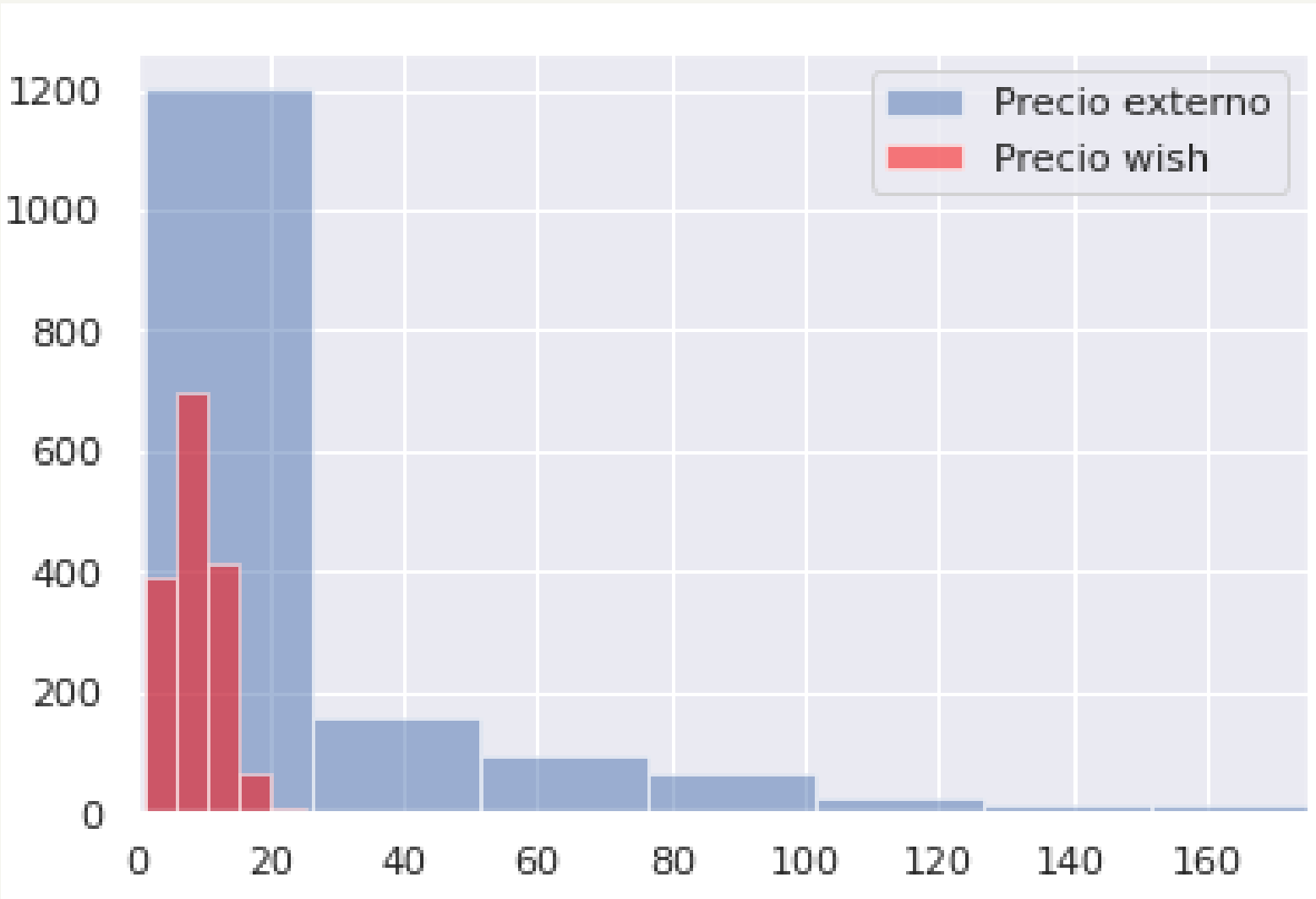
RECURSOS



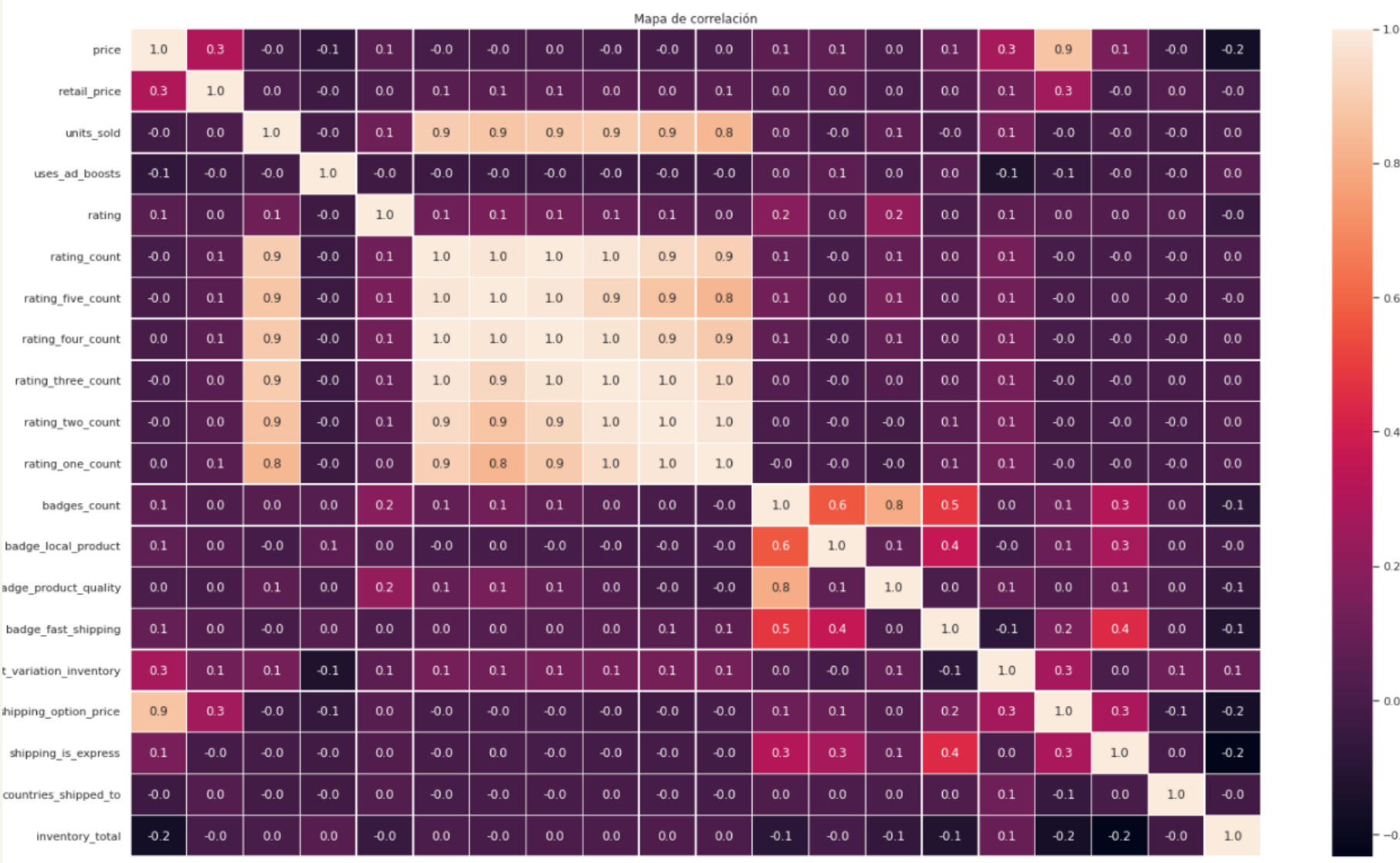
METODOLOGÍA

La base de datos cuenta con 63,790 datos, donde podemos encontrar variables categóricas y numéricas, de las cuales tuvimos que analizar su relevancia en nuestro análisis y borrar aquellas que no fueran necesarias. Se realizaron varios gráficos para analizar algunas de nuestras variables (1 y 2), los cuales nos ayudaron a cumplir nuestros objetivos secundarios y nos dio una idea de que variables tenían mayor correlación. Posteriormente, se realiza un análisis de regresión lineal, para el cuál, se creo una nueva base de datos sin variables categóricas. Finalmente se realiza el modelo usando como variable predictora rating_count y como variable regresora units_sold. Con ayuda de las predicciones de la regresión y el precio de los productos, se obtienen las ventas esperadas de cada producto.

1



2

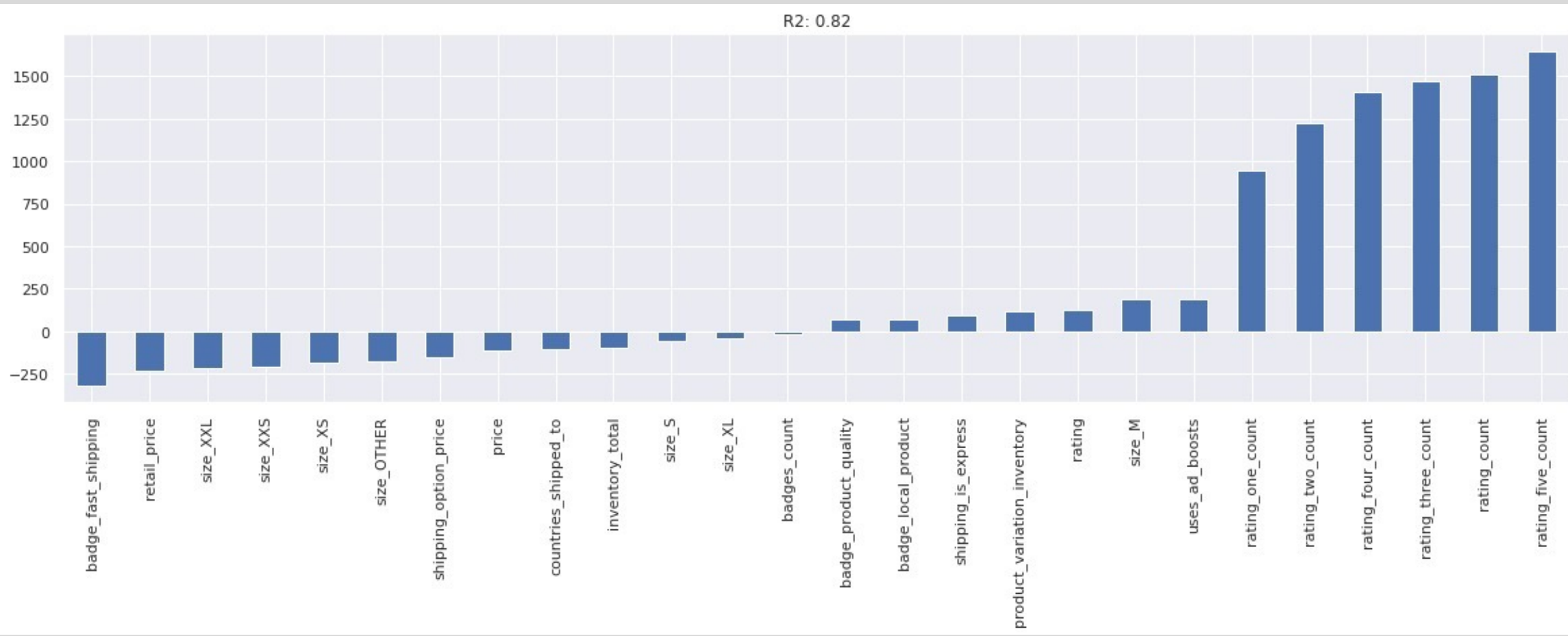


- (1) Wish maneja precios más bajos que la competencia.
- (2) El rating tiene fuerte relación con las unidades vendidas.

RESULTADOS

Con la regresión lineal se obtuvo un R2 de 0.74, esto indica que, la cantidad de calificaciones es el factor más importante para determinar el número de unidades vendidas por producto. Utilizando este análisis, logramos predecir el ingreso de las ventas de cada producto, cumpliendo así nuestro objetivo principal.

Id producto	Ventas
576ba1eb7f3351084cd0b578	\$555,854.03
574ff29cb4b28660d9f94d3f	\$525,185.89
58df3eb809730e54ddd932ca	\$519,098.88
5ad987d8918dae087d633040	\$429,632.15
5892e3b0da200f71bcec426e	\$420,703.84



CONCLUSIÓN

La construcción de un modelo de predicciones de ventas es fundamental para el crecimiento de una empresa. En este análisis, se usó la regresión lineal para modelar; el cuál, arrojó un buen ajuste y nos indica que nuestras predicciones son confiables. Además, con la parte de visualización, logramos cumplir nuestro objetivo secundario.

TRABAJO A FUTURO

Se puede complementar el análisis desarrollando un algoritmo de optimización de inventario, para saber, cuántas unidades de cada producto se deben tener en stock.

REFERENCIAS

